

2018-2024年中国互联网+ 妈妈鞋产业深度调研与投资风险预测报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2018-2024年中国互联网+妈妈鞋产业深度调研与投资风险预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/fuzhuang/E171616P2S.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

报告目录：

第一章 电子商务与“互联网+”	8
第一节 电子商务发展分析	8
一、电子商务基本定义	8
二、电子商务发展阶段	8
三、电子商务基本特征	9
四、电子商务支撑环境	10
五、电子商务基本模式	13
（一）电子商务分类	13
（二）电子商务功能	14
（三）电子商务运营模式	16
六、电子商务规模分析	19
第二节 “互联网+”的相关概述	19
一、“互联网+”的提出	19
二、“互联网+”的内涵	20
三、“互联网+”的发展	21
四、“互联网+”的评价	23
五、“互联网+”的趋势	26
第二章 互联网环境下妈妈鞋行业的机会与挑战	27
第一节 2016年中国互联网环境分析	27
一、网民基本情况分析	27
（一）总体网民规模分析	27
（二）分省网民规模分析	27
（三）手机网民规模分析	29
（四）网民属性结构分析	29
二、网民互联网应用状况	33
（一）基础应用类应用发展	33
（二）商务交易发展情况	38
（三）网络金融类应用发展	41

(四) 网络娱乐应用分析	42
(五) 公共服务类应用发展	46
第二节 互联网环境下妈妈鞋行业的机会与挑战	50
一、互联网时代行业大环境的变化	50
二、互联网助力企业开拓市场	51
三、电商成为传统企业突破口	53
第三节 互联网妈妈鞋行业的改造与重构	54
一、互联网重构行业的供应链格局	54
二、互联网改变生产厂商营销模式	54
三、互联网导致行业利益重新分配	55
四、互联网改变行业未来竞争格局	55
第四节 妈妈鞋与互联网融合创新机会孕育	55
一、电商政策变化趋势分析	55
二、电子商务消费环境趋势分析	57
三、互联网技术对行业支撑作用	58
四、电商黄金发展期机遇分析	58
第三章 妈妈鞋行业发展现状分析	59
第一节 妈妈鞋行业发展现状分析	59
一、妈妈鞋行业产业政策分析	59
二、妈妈鞋行业发展现状分析	60
三、妈妈鞋行业主要企业分析	60
四、妈妈鞋行业市场规模分析	63
第二节 妈妈鞋行业市场前景分析	64
一、妈妈鞋行业发展机遇分析	64
二、妈妈鞋行业市场规模预测	64
三、妈妈鞋行业发展前景分析	65
第四章 妈妈鞋行业市场规模与电商未来空间预测	66
第一节 妈妈鞋电商市场规模与渗透率	66
一、妈妈鞋电商总体开展情况	66
二、妈妈鞋电商交易规模分析	66

三、妈妈鞋电商渠道渗透率分析	67
第二节 妈妈鞋电商行业盈利能力分析	67
一、妈妈鞋电子商务发展有利因素	67
二、妈妈鞋电子商务发展制约因素	67
三、妈妈鞋电商行业经营成本分析	69
四、妈妈鞋电商行业盈利模式分析	70
五、妈妈鞋电商行业盈利水平分析	70
第三节 电商行业未来前景及趋势预测	71
一、妈妈鞋电商行业市场空间测算	71
二、妈妈鞋电商市场规模预测分析	71
三、妈妈鞋电商发展趋势预测分析	72
第五章 妈妈鞋企业互联网战略体系构建及平台选择	73
第一节 妈妈鞋企业转型电商构建分析	73
一、妈妈鞋电子商务关键环节分析	73
（一）产品采购与组织	73
（二）电商网站建设	73
（三）网站品牌建设及营销	73
（四）服务体系	73
（五）网站增值服务	73
二、妈妈鞋企业电子商务网站构建	74
（一）网站域名申请	74
（二）网站运行模式	74
（三）网站开发规划	76
（四）网站需求规划	77
第二节 妈妈鞋企业转型电商发展途径	77
一、电商B2B发展模式	77
二、电商B2C发展模式	78
三、电商C2C发展模式	79
四、电商O2O发展模式	80
第三节 妈妈鞋企业转型电商平台选择分析	81
一、妈妈鞋企业电商建设模式	81

二、自建商城网店平台	81
(一) 自建商城概况分析	81
(二) 自建商城优势分析	81
三、借助第三方网购平台	82
(一) 电商平台的优劣势	82
(二) 电商平台盈利模式	85
四、电商服务外包模式分析	86
(一) 电商服务外包的优势	86
(二) 电商服务外包可行性	87
(三) 电商服务外包前景	87
五、妈妈鞋企业电商平台选择策略	88

第六章 妈妈鞋行业电子商务运营模式分析 90

第一节 妈妈鞋电子商务B2B模式分析 90

一、妈妈鞋电子商务B2B市场概况 90

二、妈妈鞋电子商务B2B盈利模式 90

三、妈妈鞋电子商务B2B运营模式 91

四、妈妈鞋电子商务B2B的供应链 92

第二节 妈妈鞋电子商务B2C模式分析 93

一、妈妈鞋电子商务B2C市场概况 93

二、妈妈鞋电子商务B2C盈利模式 93

三、妈妈鞋电子商务B2C物流模式 95

四、妈妈鞋电商B2C物流模式选择 96

第三节 妈妈鞋电子商务C2C模式分析 97

一、妈妈鞋电子商务C2C市场概况 97

二、妈妈鞋电子商务C2C盈利模式 97

三、妈妈鞋电子商务C2C信用体系 98

四、妈妈鞋电子商务C2C物流特征 100

第四节 妈妈鞋电子商务O2O模式分析 100

一、妈妈鞋电子商务O2O市场概况 100

二、妈妈鞋电子商务O2O优势分析 101

三、妈妈鞋电子商务O2O营销模式 101

四、妈妈鞋电子商务O2O潜在风险 102

第七章 妈妈鞋主流网站平台比较及企业入驻选择 104

第一节 天猫 104

一、网站发展基本概述 104

二、网站用户特征分析 105

三、网站覆盖人数分析 105

四、网站访问次数分析 105

五、网站发展策略分析 106

六、网站优缺点分析 107

第二节 京东商城 108

一、网站发展基本概述 108

二、网站用户特征分析 109

三、网站覆盖人数分析 109

四、网站访问次数分析 110

五、网站发展策略分析 110

六、网站优缺点分析 111

第三节 1号店 111

一、网站发展基本概述 111

二、网站用户特征分析 112

三、网站覆盖人数分析 112

四、网站访问次数分析 112

五、网站发展策略分析 113

六、网站优缺点分析 113

第四节 苏宁易购 113

一、网站发展基本概述 113

二、网站用户特征分析 114

三、网站覆盖人数分析 114

四、网站访问次数分析 115

五、网站发展策略分析 115

六、网站优缺点分析 116

第五节 优购网 116

一、网站发展基本概述	116
二、网站妈妈鞋品牌分析	116
三、网站发展策略分析	116
四、网站优缺点分析	117
第六节 妈妈鞋电商运营分析	117
一、妈妈鞋网购消费者特征分析	117
二、电商平台妈妈鞋销售情况分析	118
三、妈妈鞋电商运营模式分析	119
第八章 妈妈鞋企业进入互联网领域投资策略分析	120 (ZYWZY)
第一节 妈妈鞋企业电子商务市场投资要素	120
一、企业自身发展阶段的认知分析	120
二、企业开展电子商务目标的确定	121
三、企业电子商务发展的认知确定	122
四、企业转型电子商务的困境分析	124
第二节 妈妈鞋企业转型电商物流投资分析	125
一、妈妈鞋企业电商自建物流分析	125
(一) 电商自建物流的优势分析	125
(二) 电商自建物流的负面影响	127
二、妈妈鞋企业电商外包物流分析	128
(一) 快递业务量完成情况	128
(二) 快递业务的收入情况	129
(三) 快递业竞争格局分析	131
第三节 妈妈鞋企业电商市场策略分析	132

图表目录：

图表 1 2011-2016年中国电子商务交易规模统计	19
图表 2 2006-2016年中国网民规模和互联网普及率	27
图表 3 2016年中国内地分省网民规模及互联网普及率	28
图表 4 2007-2016年中国手机网民规模及其占网民比例	29
图表 5 2015-2016年中国网民性别结构	30
图表 6 2015-2016年中国网民年龄结构	30

图表 7	2015-2016年中国网民学历结构	31
图表 8	2015-2016年中国网民职业结构	32
图表 9	2015-2016年中国网民个人月收入结构	33
图表 10	2015-2016年中国即时通信/手机即时通信用户规模及使用率	34
图表 11	2015-2016年中国搜索/手机搜索用户规模及使用率	35
图表 12	2015-2016年中国网络新闻/手机网络新闻用户规模及使用率	36
图表 13	典型社交应用使用率	37
图表 14	2015-2016年中国网络购物/手机网络购物用户规模及使用率	38
图表 15	2015-2016年网上外卖/手机网上外卖用户规模及使用率	39
图表 16	2015-2016年中国在线旅行预订/手机在线旅行预订用户规模及使用率	40
图表 17	2015-2016年中国互联网理财用户规模及使用率	41
图表 18	2015-2016年中国网上支付/手机网上支付用户规模及使用率	42
图表 19	2015-2016年中国网络游戏/手机网络游戏用户规模及使用率	43
图表 20	2015-2016年中国网络文学用户规模及使用率	44
图表 21	2015-2016年中国网络视频/手机网络视频用户规模及使用率	44
图表 22	2015-2016年网络音乐/手机网络音乐用户规模及使用率	45
图表 23	2016年各类网络直播使用率	46
图表 24	2015-2016年在线教育/手机在线教育用户规模及使用率	46
图表 25	2015-2016年在线教育重点领域用户使用率	47
图表 26	2015-2016年互联网医疗用户使用率	48
图表 27	2016年网络约租车用户规模及使用率	49
图表 28	2016年互联网慈善使用率	49
图表 29	武汉宜人坊鞋业有限公司生产妈妈鞋示意图	61
图表 30	浙江休闲阳光鞋业有限公司生产妈妈鞋示意图	62

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/fuzhuang/E171616P2S.html>